新媒体环境下传统媒体该如何掌握“流量密码”

朱 超
（重庆市开州区融媒体中心，重庆 405499）

摘 要：随着信息时代的到来，我国社会各领域都发生了巨大变革，改变了企业传统的生存方式。我国传统媒体行业在信息时代的影响下，也涌现出大量的、新的传播媒介，这在很大程度上影响了传统媒体的传播方式，同时也推动媒体行业产生新的生产方式、传播手段、用户分类以及盈利方法。随着人们生活水平提高、智能手机的普及，在新媒体环境下传统媒体该如何掌握“流量密码”，使其立足媒体行业，并保持强有力的市场竞争力，这需要传统媒体与新媒体进行有效融合。这是时代发展趋势，也是传统媒体在信息时代发展背景下，掌握“流量密码”的有效途径。

关键词：传统媒体；新媒体环境；流量密码；媒体融合；流量渠道　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-061-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.017
本文著录格式：朱超．新媒体环境下传统媒体该如何掌握“流量密码”[J]．中国传媒科技，2022（05）：61-63.

导语

随着国家发展建设加快，数字信息技术被应用到各行各业，在媒体行业同样也受到信息技术影响的当下，许多新兴的传播媒介出现在社会大众视野中，尤其在智能手机普及的年代，人们有了更多的机会与时间接触新媒体，这对传统媒体产生巨大冲击。如何在新媒体快速发展的压力下掌握“流量密码”，这是传统媒体需要重视并进行改革的重要工作任务之一。传统媒体可以通过建立完善的管理制度，重视专业优秀人才的培养，使其借助有效手段，推动传统媒体与新媒体有效融合，形成新的融媒体中心形式，从而掌握“流量密码”的主动权。传统媒体通过与新媒体加强合作，学习新媒体先进理念，打造属于自己的数字化信息平台，强大自身力量，利用自身独特优势，培养用户忠诚度，为自身创造更多的媒体流量，推动传统媒体在新时代背景下，继续为国家、社会、人民服务。

1. 传统媒体在新媒体环境下掌握“流量密码”的重要意义

目前，现代信息技术被应用到各个行业领域，媒体行业也因网络信息化以及智能手机的普及而发生巨大的行业变革。信息技术的普及应用不仅推动传统媒体与新媒体有效融合，更为传统媒体带来新的发展生机。当前是网络全媒体时代，随着各种新媒介加入媒体行业，有效推动信息的传播方式与传播路径发生蜕变，同时也对传播内容与信息传播主体有了新的上升空间。面对这复杂多样的媒体行业，人们对信息的掌握渠道虽然增多、增宽，但随之而来的新的问题也在不断增加，并困扰媒体行业领导者与从业人员。[1] 在媒体行业发展进程中，各种新媒体不断出现，并抢占传统媒体市场，促使传统媒体对市场的占有率降低，逐渐失去对“流量密码”的掌控。但新出现并发展起来的新媒体虽然内容新颖、传播方式、流量渠道多样，迅速抢占了传统媒体市场，但其自身的媒体素养有待提升。新媒体更关注于吸引人们的眼球，快速引导人们将目光、关注点聚焦到新媒体传播路径上，但其内容的真实度、精准度以及权威性却是与传统媒体无法比拟的。传统媒体更注重新闻报道中信息的功能与价值、信息内容传播的真实性与权威性，对社会大众价值观、世界观与人生观的引导。因此，传统媒体在新媒体环境下掌握“流量密码”的意义就显得更为重要，需要引起国家、社会以及媒体行业指导部门的重视。信息时代发展是国家、社会进步的有力体现，新媒体的优势是可见的，也是传统媒体需要借鉴学习的。因此，通过将传统媒体与新媒体进行有效融合，使其在融合中，互相取长补短，共同进步，最终为人们提供一个健康、和谐、有序的舆论环境。目前，即使新媒体抢占了大部分的传统媒体市场，占据着有利的传播渠道，但还没有实力可以完全代替传统媒体在人们生活中的影响力，为了使媒体行业为人们带来更好的信息资源与快速方便的传播渠道，传统媒体必须与新媒体融合互补，继续掌握“流量密码”，为国家、社会、人民打造更好的信息传播平台。

2. 新媒体环境下传统媒体掌握“流量密码”的策略

2.1 建立完善的管理制度，增加新媒体与传统媒体融合度

任何一个行业的发展都有其特有的运行规律和管理模式，科学的管理制度对于一个行业的生存与发展是至关重要的。目前，面对各种新媒体的快速发展，传统媒体需要转变固有思想，建立新的、完善的管理制度，促使新媒体与传统媒体融合度增加。传统媒体在与新媒体融合过程中，因为管理理念不同，管理制度不一致，导致在融合过程中出现种种问题。[2] 因此，传统媒体需要

结合自身实际情况，满足社会大众对信息获取需求，对现有制度进行有效融合创新，借鉴新媒体相关优质管理制度，促使传统媒体不断强化自身的综合能力与技术水平，使其在网络信息时代、信息全球化时代背景下，具备良好的创新能力，为其发展增强自身实力，抢占媒体市场流量。传统媒体与新媒体想要快速融合发展，需要转变传统媒体管理理念，建立优质的、合理的市场竞争机制，推动传统媒体健康、可持续、长远发展。同时，国家政府相关部门也要出台相关政策，推动传统媒体加快实现创新发展，抢占媒体市场流量。

2.2 建立有效的市场运营机制，积极进行合理的媒介融合

媒体经营管理是一个动态的过程，它存在于整个媒体经营的各个环节。传统媒体想要与新媒体融合发展，要在整个媒体经营管理中建立有效的市场运营机制。[3] 完善的、有效的运营机制可以促使传统媒体提高生存与发展的内在机能，使其建立健康、有效、长远发展的产业链条，通过将媒体内容进行科学创新，助力传统媒体以优质的媒体形象出现在社会大众面前，最终实现传统媒体整体利益最大化，提高传统媒体在市场的占有份额，抢占信息时代数据大流量。在信息全球化时代，传统媒体与新媒体要进行积极融合，通过将现有资源进行优化整合，促使传统媒体与新媒体在网络信息平台上进行信息共享，增加新媒体的信息内容，扩大传统媒体的传播渠道，在最大程度上提高信息资源的利用率。通过建立有效的市场运营机制，突破传统媒体束缚，促使传统媒体自身优势与新媒体信息传播优势进行有效整合优化，改变传统媒体信息受时间和版块限制的弱势情况，实现信息资源有效升值，满足信息时代背景下，人们对信息获得量的需求。传统媒体通过将信息内容、传播渠道、传播方式、传播范围以及传播速度进行优化整合，创新媒体发展手段，凸显自身优势，通过良好公信力，强化群众忠诚度，使其以最大的优势提高媒体市场的占有份额，增加媒体信息流量。

2.3 重视培养专业优秀人才，形成新的融媒体中心

媒体行业发展离不开人才的助力，传统媒体若想和新媒体实现融合发展，需要在认识高度上与时代发展同步，这需要传统媒体从业人员整体能力提升，从而为整个媒体行业健康、长远发展奠定扎实的基础。随着网络信息时代来临，新媒体快速抢占市场，传统媒体从业人员遇到了前所未有的职业危机，若想在传统媒体制定良好的职业目标，传统媒体从业人员必须重视自身能力的培养。[4] 从事新媒体要有敏锐的目光捕捉社会新闻热点；具备基本的文章写作技能；同时对新生事物的接受能力要强；对文案排版要有高端的审美能力；面对众多信息内容，要能写出吸引众人目光的标题；要不断吸收新知识，创造惊喜，有精彩出奇的奇思妙想；要不断充实自己，养成读书看报的好习惯；面对大量的数据信息要有能快速辨别想要信息的能力；要有每天工作结束后，对工作信息进行“复盘”的能力；最重要的是要有极大的抗压能力。以上所讲是新媒体从业人员必须具备的能力，同时也是传统媒体必须重视培养的专业性人才。传统媒体在改革过程中，利用专业人才具备的技能，创新传统媒体长远发展的模式与理念，促使传统媒体与新媒体高效融合，形成新的融媒体中心，从而增加新的媒体流量。传统媒体通过不断培养专业人才，建立专业的媒体创新团队，通过专业媒体从业人员带动媒体行业技术水平高效提升，通过专业人才加快媒介融合，助力传统媒体健康、可持续发展，继续掌握媒体“流量密码”。

2.4 传统媒体与新媒体加强合作，取长补短

新媒体时代来临，对传统媒体行业的发展起到了推动作用；传统媒体的存在价值为新媒体树立了目标准则。因此，在信息快速发展的时代，要加强传统媒体与新媒体的快速有效融合，使其在融合中，互相取长补短，共同成长进步。[5] 目前，新媒体有许多优点是传统媒体所不具备的，例如新媒体的几个优点：首先，新媒体可以“全天候”进行发稿工作。新媒体借助强大的网络信息平台，可以随时将获取的信息进行加工、处理并及时传送到每一个传输渠道中，人们可以借助互联网计算机或者智能手机实时接收来自国内外的各种信息，这是新媒体时代强调的新闻时效性，而传统媒体对信息的发布是需要特定时间限定的。其次，新媒体信息内容具有丰富多样性。新媒体凭借全球互联网技术，将实时信息推送到人们面前，人们通过选择喜欢的、想要了解的信息进行查看，同时可以点击链接信息获得与所了解信息相关的内容。这是传统媒体所不能提供的又一便利方式。再次，新媒体互动性强。新媒体可以将用户与信息之间建立有效沟通平台，用户可以通过平台发表自己的意见与建议，增加互动性；而传统媒体一般只进行常规的信息播报，人们无法对所听到的信息进行言论发表，无法与传统媒体产生互动，从而降低人们对传统媒体的关注度，降低传统媒体流量。最后新媒体可以灵活转变主体位置。通过新媒体平台，人们可以自主选择想要了解的信息，同时也可以变成发布信息的主体；而人们对传统媒体发布的信息被动接收，不可以进行自由选择。通过以上几点叙述，新媒体的这些优势特点都是传统媒体可以借鉴并学习的。目前，传统媒体已经开始意识到这一点，因而也在努力促进与新媒体之间的互动合作。新媒体与传统媒体之间的融合，不仅有助媒体互相学习，取长补短，同时对双方的未来发展之路都有着积极推进作用。传统媒体获得新的流量，新媒体获得内容价值，这是一个双赢的局面。

2.5 传统媒体借助新媒体打造属于自己的数字化信息平台

目前，新媒体的优势已经显现，其借助互联网信息

技术取得了巨大的成功，抢占了大部分的市场份额。传统媒体要转变观念，借助新媒体打造属于自己的数字化信息平台。传统媒体发展的最大优势就是其信息的原创性以及信息权威性。在信息时代发展背景下，传统媒体要借助信息技术发展的“东风”，将其推到时代前沿地带。传统媒体通过新媒体技术手段、借助新媒体平台，采用新媒体渠道将自己原创信息进行数字化处理，打造属于自己的数字化信息平台。新媒体拥有的优势与特点，都是可以被传统媒体所借鉴学习的。例如天气预报播报，传统媒体还保留原有的时间段播放惯例，照顾一部分习惯看完新闻联播节目，接着听天气预报的人群；同时借助数字信息化平台，创建自己的实时天气预报窗口，照顾一部分喜欢网上冲浪人群随时查看实时天气预报，同时也增加推送业务，减少操作流程，优化体验感受。传统媒体经过这一系列改革，最终凭借其自有优势与新媒体优势，再次掌握“流量密码”。另一方面，传统媒体借助新媒体打造属于自己的数字化信息平台，也为传统媒体增添新的活力。传统媒体如电台、电视台以及报社等也逐渐在互联网上开设网络版本，有助人们方便获取实时信息，为传统媒体增加亮点的同时，也增加媒体流量。

2.6 传统媒体利用自身的优势，培养用户忠诚度

信息时代的来临，不仅为媒体行业带来便利，同时也为传统媒体带来新的压力。传统媒体在与新媒体融合时，不仅要学习新媒体信息传播的优势，同时还要保持自身独有的优势，使其在信息时代背景下，掌握更多的媒体市场流量，获得更大的核心竞争力。与新媒体相比，传统媒体有其独特的优势，首先，传统媒体在社会公众心里可信度更高，培养用户可信度也相对更加容易；其次，传统媒体所传达的内容信息质量更优更好，因此，大部分新媒体传播的信息多数也来源于传统媒体。因此，传统媒体与新媒体融合时要将各自的优势结合在一起，最终培养用户忠诚度。

传统媒体可以通过以下两个方面进行融合创新。第一，注重传播信息内容。信息时代背景下，新媒体之所以可以快速占领媒体市场，主要是由其传播速度、方式以及范围决定的。新媒体通过利用信息技术手段，将传统媒体内容进行快速整合，通过互联网大平台将信息传播出去，在第一时间内将信息传递到社会大众面前，直接抢占媒体传播市场，占据极大市场份额，抢走属于传统媒体的流量。由此可见，若没有传统媒体所具有的优质内容，仅靠信息传播技术手段，新媒体的发展之路不会长久。在社会快速发展的时代，若没有优质的信息内容，终将被时代淘汰。而对信息内容的掌握，新媒体是没有传统媒体有优势的，因此，传统媒体要利用自身优势与新媒体有效融合，赢得“流量密码”。第二，通过公信力强化用户忠诚度。传统媒体在我国已经存在多年，已经在人们心中留下深深烙印，而新媒体是近几年才发展起来的，其凭借的是互联网网络平台的便利，人们对其认识不深，虽然也可以查询信息，但对其公信力还远远赶不上传统媒体。因此，传统媒体要抓住这一优势，强化在公众心中的公信力，借助新媒体平台将传统媒体优质内容传播出去，同时不断更新内容，增加内容多样性。新媒体想要站稳媒体市场并长远健康发展，必须依靠传统媒体的公信力，以传统媒体内容为主要传播内容，两者之间要科学合理互助互利。经济全球化时代来临，注定了新媒体与传统媒体的必然融合，传统媒体壮大自身优势的同时，也合理推动新媒体进步发展，获得社会公信力，双方共同获得媒体流量。

总结

目前，我国传统媒体遇到了前所未有的发展压力，受信息技术以及智能手机普及等影响，逐渐失去媒体流量，这对传统媒体的发展是非常不利。如何在新媒体快速普及发展的时代背景下，继续掌握“流量密码”，这对传统媒体来讲是非常严峻的考验。因此，传统媒体更要做好自身本职工作，同时采取有效的手段，进行市场运营机制改革，积极进行合理的媒介融合，尽最大可能地利用网络平台以及各类通信技术发展传统媒体业务，最终实现传统媒体与新媒体融合发展，助力传统媒体继续掌握“流量密码”。媒

参考文献

[1] 付莎．探索传统纸媒在新媒体环境中的发展 [J]. 记者观察，2021（14）：72-73.
[2] 高映辉．融媒体环境下如何实现传统媒体与新媒体的融合与发展 [J]. 新闻传播，2021（3）：57-58.
[3] 陈武林．融媒体环境下传统媒体与新媒体的融合发展 [J]. 新闻研究导刊，2020（15）：253-254.
[4] 苏雨，戴豪泽，张宇．新媒体环境下传统媒体的发展路径选择 [J]. 传播力研究，2020（15）：46-47.
[5] 冯亚杰．新媒体环境下传统媒体未来发展趋势的思考 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：32-34.

作者简介：朱超（1984-），男，重庆，本科，助理编辑，研究方向：新媒体运营。

（责任编辑：张晓婧）